

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AWARENES* , NORMA SUBYEKTIF,
KEYAKINAN LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SAMYANG ASAL KOREA**



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

ARUM SETYAWAN

B100150238

**PROGAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2019



HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama : Ir. Irmawati, SE. MSi.

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AWARENESS*, NORMA SUBYEKTIF,
KEYAKINAN LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SAMYANG ASAL KOREA**

Oleh:

ARUM SETYAWAN

B100150238

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syara tuntuk diterima.

Surakarta, 22 Agustus 2019

Pembimbing


(Ir. Irmawati, SE. MSi.)

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

Analisis Pengaruh *Brand Awareness*, Norma Subyektif, Keyakinan Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Asal Korea

Yang ditulis dan disusun oleh:

ARUM SETYAWAN

B100150238

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 22 Agustus 2019

Pembimbing

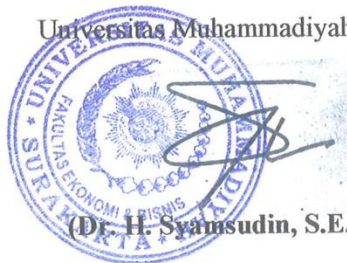


(Ir. Irmawati, SE. MSi.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta-57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ARUM SETYAWAN

NIM : B 100150238

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH *BRAND AWARENESS*, NORMA
SUBYEKTIF, KEYAKINAN LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SAMYANG ASAL
KOREA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 22 Agustus 2019
Yang membuat pernyataan


(ARUM SETYAWAN)

MOTTO

“ Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagi kamu. Dan boleh jadi kamu mencintai sesuatu, padahal ia amat buruk bagi kamu. Allah Maha mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui”

(Al-Baqarah: 216)

“ Berangkat dengan penuh keyakinan, Berjalan dengan penuh Keiklasan, Istiqomah dalam menghadapi cobaan”

(Muhammad Zainuddin Abdul Madjid)

“Didunia ini jangan terlalu bergantung kepada Seseorang, karena bayangan mu sendiri akan meninggalkanmu sendiri saat dalam gelap”

(Ibnu Taaimiyah)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur dan rendah hati, karya ini kupersembahkan untuk :

1. Allah SWT, atas segala rahmat kemudahan dan kelancaran serta hidayah yang di berikan kepada peneliti, sehingga dengan tepat waktu skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ayah dan Ibu tercinta, dengan segala hormat dan baktimu terimakasih atas kasih dan sayangmu, serta pengorbanan dan perjuangan untuk membesarkanku dan mendidikku dengan penuh kasih sayang agar aku dapat mengapai cita dan impianku.
3. Terimakasih kedua kakakku tercinta yang selama ini telah merawat dan membiayaiku hingga aku dapat mencapai gelar sarjana ini
4. Terimakasih kepada Enggar Kartika yang selama ini telah selalu sabar dan selalu mensupportku.
5. Terimakasih teman-teman seperjuanganku terutama team KB teman-teman sejurusan dan teman-teman kecilku yang menemani berjuang dalam meraih pendidikan bersama youre the best .
6. Guru-guru kehidupanku
7. Almamaterku

Abstract

This study aims to analyze Brand Awareness, Subjective Norms, Halal Label Beliefs, Product Quality for Purchasing Decisions of Korean Samyang Noodles (Case Study on UMS Students). The sample in this study amounted to 100 respondents UMS Student Students using a questionnaire for data collection. The sampling technique is a non probability sampling method. Data analysis techniques using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: Brand Awareness, Subjective Norms, Halal Label Beliefs, Product Quality for Purchasing Decisions for Samyang Noodles from Korea.

The results of this study indicate that the Brand Awaraness variable has a significant effect on Purchasing Decisions, accepted. Subjective Norm Variables have a significant effect on Purchasing Decisions, accepted. Halal Label Confidence Variables have a significant effect on Purchase Decisions, accepted. Product Quality Variables have a significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords: Brand Awareness, Subjective Norms, Halal Label Confidence, Product Quality Against Purchasing Decisions.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Brand Awareness*, Norma Subyektif, Keyakinan Label Halal, kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Asal Korea (Studi kasus pada Mahasiswa UMS). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden Mahasiswa UMS dengan menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data. Teknik pengambilan sampel dengan metode *non probability sampling*. Teknik analisis data menggunakan Analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : *Brand Awareness*, Norma Subyektif, Keyakinan Label Halal, kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Asal Korea.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, diterima. Variabel Norma Subyektif berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, diterima. Variabel Keyakinan Label Halal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, diterima. Variable Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : *Brand Awareness*, Norma Subyektif, Keyakinan Label Halal, kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas khadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayahNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS, NORMA SUBYEKTIF, KEYAKINAN LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SAMYANG ASAL KOREA”**.

Skripsi ini di susun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sofyan Anis, M.si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Ibu Ir. Irmawati, SE. MSi. selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah member banyak masukan, arahan, bimbingan kepada penulis dalam penulisan demi kemajuan skripsi penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
6. Bapak dan Ibu yang telah banyak memberikan bantuan materiil dan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah membantu dan bias penulis sebutkan satu persatu.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterimakasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran atau kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Surakarta, 15 Agustus 2019

Penulis

Arum Setyawan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Brand Awareness
 - a. Pengertian Brand Awareness 7
2. Norma Subyektif
 - a. Pengertian Norma Subyektif 9
3. Keyakinan Label Halal
 - a. Pengertian Keyakinan Label Halal 10
 - b. Lembaga yang Mengeluarkan Label Halal 10
 - c. Sertifikat Produk Halal 11
4. Kualitas Produk
 - a. Pengertian Kualitas Produk 12
5. Keputusan Pembelian
 - a. Pengertian Keputusan Pembelian 13
- B. Penelitian Terdahulu 15
- C. Kerangka Pemikiran 16
- D. Hipotesis 17

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Desain Penelitian 18
- B. Definisi operasional dan pengukuran Variabel 18

C. Populasi dan Sampel.....	22
D. Data dan Sumber Data.....	24
E. Metode Pengumpulan Data	25
F. Metode Analisis Data	26
1. Analisis Validitas dan Reabilitas	26
a. Uji Validitas.....	26
b. Uji Reliabilitas.....	27
2. Uji Asumsi Klasik.....	27
a. Uji Normalitas.....	27
b. Uji Multikolinieritas.....	28
c. Uji Heterokedasitasitas.....	29
d. Uji Autokorelasi	39
3. Analisis Regresi Liniear Berganda	30
4. Uji Statistik (Uji T).....	31
5. Uji Statistik (Uji F).....	32
6. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	34

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Diskripsi Data	35
B. Analisis Data	37
1. Hasil Uji Validitas	37
2. Hasil Uji Reliabilitas	40
C. Hasil Uji Asumsi Klasik	41

1. Hasil Uji Normalitas.....	41
2. Hasil Uji Multikolinearitas	42
3. Hasil Uji Heterokedastisitas	43
4. Hasil Autokorelasi.....	44
D. Uji Hipotesis	45
1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
2. Uji t.....	47
3. Uji f.....	53
4. Uji R^2 (koefisien determinasi).....	55
E. Pembahasan	56

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	62
B. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Semester Responden	35
Tabel 4.2. Karakteristik usia responden.....	36
Tabel 4.3. Karakteristik Lama Berlangganan Responden.....	36
Tabel 4.4. Rangkuman validitas instrumen untuk variabel <i>Brand Awareness</i>	38
Tabel 4.5. Rangkuman Validitas Instrumen Variabel Norma Subyektif	38
Tabel 4.6. Rangkuman Validitas Instrumen Variabel Keyakinan Label Halal.....	39
Tabel 4.7. Rangkuman Validitas Instrumen Variabel Kualitas Produk.....	39
Tabel 4.8. Rangkuman Validitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian.....	40
Tabel 4.9. Hasil Pengujian Reabilitas	41
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Normalitas	42
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Multikorelinietas	43
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	44
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Autokorelasi	45
Tabel 4.14. Rekapitulasi Regresi Berganda	46
Tabel 4.15. Hasil Uji t	48
Tabel 4.16. Hasil Uji F	53
Tabel 4.17. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Piramida Brand Awareness	7
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Angket Penelitian.....	67
Lampiran 2	Uji Validitas Dan Reliabilitas Brand Awareness.....	71
Lampiran 3	Uji Validitas Dan Reliabilitas Norma subyektif	72
Lampiran 4	Uji Validitas Dan Reliabilitas Keyakinan Label Halal	73
Lampiran 5	Uji Validitas Dan Reliabilitas Kualitas Produk	74
Lampiran 6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	75
Lampiran 7	Uji Normalitas.....	76
Lampiran 8	Uji Multikolinearitas.....	77
Lampiran 9	Uji Autokorelasi.....	78
Lampiran 10	Uji Heteroskedastisitas.....	79
Lampiran 11	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	80
Lampiran 12	Tabel F	81
Lampiran 13	Tabel R^2	82
Lampiran 14	Tabel t	83